



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Marketing e Comunicazione del Turismo

2627-1-F7602M003

---

#### Area di apprendimento

Marketing del turismo  
Comunicazione del turismo

#### Obiettivi formativi

I moduli si prefiggono di sviluppare gli elementi specialistici del marketing management del turismo. Casi aziendali concreti saranno esemplificati e trattati in aula.

#### Contenuti sintetici

I contenuti del corso mirano a far conoscere e comprendere agli studenti le caratteristiche delle principali strategie di marketing, in relazione a diversi contesti competitivi. Verranno illustrate cause ed effetti delle diverse dinamiche di concorrenza nel marketing management dei prodotti turistici e verranno forniti modelli di strategie e tecniche, utili per la definizione ottimale dei singoli prodotti turistici. A conclusione del corso, lo studente sarà in grado di analizzare in modo autonomo i diversi aspetti che caratterizzano il settore turistico, elaborandone le strategie di marketing necessarie nei differenti contesti di concorrenza.

#### Programma esteso

1. Introduzione al marketing del turismo

2. I servizi nel marketing del turismo
3. Ruolo del marketing nella pianificazione strategica
4. L'ambiente di marketing
5. Sistemi informativi e ricerche di marketing
6. Il comportamento d'acquisto nei mercati di consumo e nelle organizzazioni
7. Segmentazione e posizionamento
8. Progettazione e gestione dei prodotti e dei brand
9. Strategie e tecniche per la definizione del prezzo
10. I canali distributivi
11. Comunicazione e mix promozionale
12. Marketing diretto e marketing digitale
13. Passaparola, social media e recensioni dei clienti
14. Il marketing della destinazione
15. Il piano di marketing

1. La comunicazione di marketing nel turismo
2. Teoria e applicazioni della comunicazione del turismo
3. L'ambiente e la comunicazione del turismo
4. Il consumatore e la comunicazione del turismo
5. Le strategie di comunicazione del turismo
6. Segmentazione, targeting e positioning nella comunicazione del turismo
7. La pianificazione e la comunicazione del turismo
8. Le strategie pubblicitarie e la comunicazione del turismo
9. Altre strategie e la comunicazione del turismo
10. E-communications issues nel turismo

## **Prerequisiti**

Nessuno

## **Metodi didattici**

Tutte le 42 lezioni da 2 ore sono svolte in presenza in modalità erogativa.  
Lezioni tradizionali, lezioni interattive, testimonianze aziendali, project work.  
La lingua di erogazione è italiano.

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

L'esame è svolto in forma orale per il controllo della preparazione sul programma d'esame ed è basato sui testi di riferimento.

Il voto finale dell'insegnamento è il risultato derivante dalla media ponderata dei voti presi nei due moduli.

## **Testi di riferimento**

George Richard, "Marketing tourism and hospitality. Concepts and cases. Second edition", Palgrave Macmillan Cham, London, 2025 (Softcover ISBN 9783031659829, eBook ISBN 9783031659836).

McCabe Scott "Marketing communications in tourism and hospitality: concepts, strategies and cases", Routledge, 2009.

Il materiale didattico, se disponibile, è pubblicato sull'elearning.

## **Sustainable Development Goals**

SALUTE E BENESSERE

---